

O COMÉRCIO ELETRÔNICO EM CAMPO GRANDE – MS: O CONSUMO NO SITE AMERICANAS.COM

SOUZA, Gabriela Ferreira de¹ (ferreiragabi32@gmail.com); **BERNARDELLI, Mara Lúcia Falconi da Hora**² (marahorab@hotmail.com).

¹Discente do curso de Geografia da UEMS – Campo Grande;

²Docente do curso de Geografia da UEMS – Campo Grande.

O foco principal desta pesquisa foi realizar uma análise sobre o comércio eletrônico na cidade de Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul. A proposta baseia-se em avaliar, de forma específica, o público consumidor da cidade a partir do denominado *E-Commerce* (termo em inglês), no site Americanas.com. Nossa hipótese é de que o maior acesso à internet, incluindo-se a difusão dos aplicativos para comercialização das Lojas Americanas, vem ampliando o número de consumidores. A pesquisa tem por objetivos compreender o comércio eletrônico na cidade de Campo Grande a partir da ação da Empresa Americanas.com e a forma como as pessoas consomem nessa modalidade virtual, desenvolver uma contextualização histórico – geográfica da Empresa Lojas Americanas, enfatizando seu ingresso no mercado eletrônico; Identificar os produtos comercializados, os segmentos privilegiados e as estratégias no Web Site Americanas.com; Efetuar um levantamento empírico nas proximidades das Lojas Americanas existentes fisicamente na cidade de Campo Grande, junto aos consumidores, com o intuito de avaliar em que medida se utilizam do comércio eletrônico. Para isso, em termos metodológicos, utilizaremos de um conjunto procedimentos, articulando o levantamento teórico com a pesquisa empírica. O primeiro passo consistiu no levantamento de teses, monografias, livros e artigos, para compor a análise teórica da pesquisa. No segundo momento foi efetuado inventariação de material sobre os direitos dos consumidores e a legislação do *E-commerce* com a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Na terceira etapa, por meio de formulários aplicados diretamente com consumidores, foi realizada uma pesquisa amostral (de caráter qualitativo e quantitativo) com os clientes presenciais das Lojas Americanas na cidade, averiguando em que medida também consomem na modalidade virtual. A partir dos dados levantados realizamos a sistematização das informações, produzindo gráficos, tabelas e mapas; na sequência, efetuamos a análise correlacionando a discussão teórica com a pesquisa empírica. Observou-se na ultima parte da pesquisa, um protocolo de não divulgação de dados por parte dos gerentes. Tendo a ocorrência em algumas de não autorização de aplicação de questionários com os clientes. Mas de maneira geral foi possível observar a diferença de perfis de clientes, sendo em alguns pontos semelhantes, mas em outros, como é o caso da Lojas Americanas na Av. Júlio de Castilho grandes diferenças na renda familiar declarada e grau de escolaridade.

PALAVRAS-CHAVE: *E-commerce*; Consumo; Campo Grande – MS.

Agradecimentos: Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão de bolsa de iniciação científica ao primeiro autor



Realização:

UFGD
Universidade Federal
da Grande Dourados

UEMS
Universidade Estadual
de Mato Grosso do Sul

Parceiros:

CAPES

CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento
Científico e Tecnológico